Mode d'emploi du module d'animation « Win For Life»



Le module d'animation "Win For Life" est un outil d'animation mis à disposition des organisations membres de la plateforme achACT suite à la sortie de la 3e édition du rapport « *Devenez achACTEURS* » sur les pratiques des marques et enseignes pour garantir un salaire vital à ceux et celles qui fabriquent leurs vêtements.

Ce rapport est publié dans le cadre de la campagne Salaire Vital. Cette campagne soutient des organisations de travailleurs dans les pays de productions, principalement en Asie, qui revendiquent actuellement un salaire minimum vital pour les travailleuses et les travailleurs de l'habillement.

Le module d'animation permet de manière facile et ludique d'attirer l'attention de personnes non captives (passants, festivaliers) sur les pratiques des marques et enseignes en matière de salaire vital. Basée sur les informations publiées dans le rapport *Devenez achACTEURS*, la roue donne des éclaircissements sur **12 marques** connues (Célio, Désigual, Hugo Boss, Carrefour, Cassis, Decathlon, JBC, C&A, Primark, H&M et Zara) et **12 réalités** actuelles dans le secteur de l'habillement (salaire, survie, manifestation, répression, …).

Le module d'animation a pour objectif d'informer mais surtout de mobiliser les citoyens. En montrant que les travailleuses bougent déjà en force, que la Clean Clothes Campaign les soutient et fait pression sur les marques avec des outils tels que le rapport d'enquête, les participants sont invités à rejoindre ce réseau de mobilisation et la campagne salaire vital pour forcer les marques à s'engager réellement en termes de salaire vital.

1. LA CAMPAGNE Salaire vital

La Campagne salaire vital menée en Belgique francophone s'inscrit dans le cadre d'une campagne internationale de 3 ans dans 17 pays européens. achACT est membre du réseau européen de la Clean Clothes Campaign et c'est dans ce cadre que la campagne prend place. La campagne veut renforcer les organisations de travailleurs de la confection dans les pays de production, principalement en Asie.

Le salaire vital
Un salaire vital est un droit humain. Exploiter des travailleurs et des travailleuses sous ce niveau de rémunération s'apparente à du travail forcé.

Malgré la période de crise actuelle – qui touche aussi les pays de production – la plupart des enseignes et marques de vêtements accroissent leurs bénéfices, les vêtements se vendent toujours moins chers comparativement au pouvoir d'achat. En fait, entreprises et consommateurs vivent à crédit aux dépens des femmes et des hommes qui confectionnent leurs vêtements, ceux-là même qui ne peuvent pas couvrir leurs besoins essentiels malgré un travail intensif, dépassant largement les horaires normaux.

Selon la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme (DUDH – Art 23.3). Un salaire minimum vital correspond à une rémunération gagnées par un travailleur en une durée normale de travail, qui couvre les besoins essentiels du travailleur et de sa famille (se loger, se nourrir, se vêtir, se soigner, accéder à l'éducation) et lui procure un revenu discrétionnaire qu'il peut éventuellement épargner.

L'Appel à l'action : le texte fondateur de la campagne

Celles et ceux qui produisent nos vêtements ont droit à un salaire vital.
Je veux que les femmes et les hommes qui fabriquent mes vêtements gagnent un salaire suffisant pour nourrir leur famille, payer leur loyer et vivre décemment. Pour la plupart d'entre eux, ce n'est actuellement pas le cas. Chaque jour, des millions de travailleurs de l'habillement prennent le chemin des usines où ils doivent prester de très nombreuses heures pour tenter de joindre les deux bouts, mais ne peuvent au final se payer que quelques commodités parmi les plus essentielles.

Cela doit changer. Gagner un salaire vital est un droit humain, pour tous les hommes et toutes les femmes, partout dans le monde.

J'affirme qu'il est temps de payer un salaire vital à tous les travailleurs de l'habillement.

Je me rallie à la mobilisation des travailleurs pour faire respecter leur droit.

J'appelle instamment les entreprises et les décideurs politiques à
- Reconnaître publiquement qu'un salaire vital est un droit fondamental pour tous les travailleurs.
- Accepter leurs responsabilités pour la mise en œuvre effective d'un salaire vital pour les travailleurs de l'habillement.
- Prendre des initiatives concrètes et mesurables afin d'assurer que les travailleurs de l'habillement soient payer un salaire vital.

Objectifs
Notre campagne vise à **mobiliser des citoyens belges, consommateurs et travailleurs** pour encourager, sur base de demandes précises et suivies, les entreprises de distribution à s'engager et à mettre en œuvre un salaire minimum vital dans leurs filières d'approvisionnement.
Elle veut aussi **influencer les décideurs politiques** pour qu'ils prennent parti pour un salaire vital et promeuvent son respect auprès des entreprises.

En 3 ans **en Belgique francophone**, nous voulons **mobiliser 30 000 personnes** et les amené à agir à plusieurs reprises durant ces campagnes pour **récolter 100 000 actes posés**.

Esprit de la campagne
- Ne pas culpabiliser le consommateur mais l'appeler à agir concrètement
- Il faut générer l'empathie entre le consommateur et la travailleuse. « Je pourrais être elle »

2. PRESENTATION DU MODULE

L'outil de campagne sera composé de plusieurs éléments :

- Un module d'animation « roue du salaire vital »
- Un dépliant d'information, reprenant le scoring des marques, de l'information concernant les salaires réels et vitaux en Asie, le découpage du prix d'un tshirt et finalement l'appel pour un salaire vital à faire signer et remettre.
- Une affiche A1 avec
    - une référence aux profils (couleurs)
    - une invitation à agir (je m'informe, je télécharge l'appli, j'interpelle)

1.1. LE MODULE « Win for life"

Objectifs

- Informer et sensibiliser des passants dans la rue ou dans un festival sur les résultats du rapport d'enquête d'achACT auprès de 55 marques et enseignes de mode
- Faire agir :
    - Signer l'Appel pour un salaire vital
    - Télécharger l'Application Fair Fashion sur son smartphone



Une roue de type « Roue de loterie »

Le module est constitué de deux roues :
- une roue intérieure qui tourne, dévoilant deux informations complémentaires (une marque et une d'information factuelle)
- une roue-cache placée devant la roue qui tourne. Cette deuxième roue fixe permet aux informations d'apparaitre via deux espaces vides.



Format

Deux roues de 1m de diamètre sur pied de 1,5m de haut.

2.2 LE DEPLIANT

Le dépliant est conçu en deux parties :

- **Une partie reprenant des informations de fond** sur la question du salaire vital
    - scoring couleur des 55 marques
    - comparaison salaire réel et vital en Asie
    - découpage du prix d'un t-shirt
    - le texte de l'appel à l'action résumé
- **Un formulaire détachable** permettant aux personnes de signer l'appel à l'action

Sur le volet détachable, figurera le texte suivant « Je signe l'appel pour un salaire vital. Je deviens achACTEUR. ».
Un formulaire permettra aux personnes de compléter leurs données (nom, prénom, adresse mail, code postal). Les formulaires complétés sont à récolter et à remettre à achACT après l'événement.













Utilisation des données
Les données récoltées lors des animations sont la propriété d'achACT. Les données récoltées par une organisation lors des ses actions propres (individuelles) seront la propriété d'achACT et de l'organisation concernée.

Format
145 X 315 mm plié en accordéon (2 plis) pour former un petit livret accordéon A6 horizontal avec dernier volet détachable

2.3 L'AFFICHE A1





3. RESERVATION DU MODULE

Le module « Salaire Vital » est un outil élaboré par plusieurs organisations membres de la plateforme achACT. Il faut donc vous assurer le module est libre à la date à laquelle vous désirez l'utiliser.

<u>Le planning du module</u> est géré par achACT
Contact : Noémie Picavet
Tel : 010 45 75 28
Email : noemie@achact.be

Informations à fournir :

<table>
<tr><td colspan="2">nom de l'association + responsable</td></tr>
<tr><td>Enlèvement:
Prénom, nom de la personne qui viendra retirer le module
Son numéro de GSM
Date et heure d'enlèvement</td><td>Retour:
Prénom, nom de la personne qui ramènera le module
Son numéro de GSM
Date et heure de retour</td></tr>
<tr><td colspan="2">- le nombre de dépliants nécessaire à votre action</td></tr>
</table>

Enlèvement :
Le module est stocké à Louvain-la-Neuve.

Il peut être enlevé ou ramené du lundi au vendredi entre 10h et 16h30. Attention il vous faut prendre rendez-vous préalablement avec Noémie Picavet :

- par téléphone 010/457528 ou 27 de 9h à 17h
- par mail : noemie@achact.be

Retour :
Nous vous demandons de remettre les appels à l'action remplis à achACT lors du retour du module et de signaler le nombre d'appels récoltés.

Conditions d'utilisation :

achACT
- a financé la réalisation du module,
- met à disposition le module gratuitement.

L'organisation qui emprunte le module s'engage à
- organiser le transport du module,
- prendre soin du module,
- mener une action non-culpabilisante, constructive et engageante,
- faire signer des appels à l'action à l'aide des dépliants,
- prendre en charge les couts liés aux dégâts matériels, autres que l'usure normale, constatés sur le module après son activité,
- A remettre les formulaires complétés à achACT lors du retour du module.

4. MONTAGE

Temps de montage :
10 minutes à 2 personnes

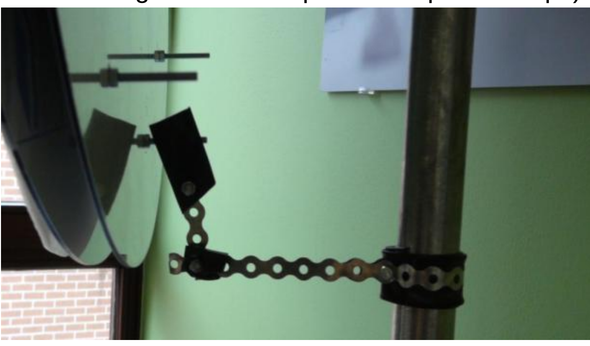
Composition du module (liste complète et photos en annexe)
- Une roue avant « Win for Life »
- Une roue arrière
- un pied composé d'une barre télescopique et de trois barres de pied.
- 12 fiches d'animation reprenant les messages pour chaque case de la roue de la fortune
- un boite à outils comprenant deux clés allen, une clé classique et du petit matériel pour monter ou réparer le module.

Monter la roue
1. Monter le pied
Insérer et fixer les deux barres grises au montant noir au niveau des encoches au pied du montant puis serrer les boulons encastrés dans le pied à l'aide d'une clé allen
Régler la hauteur du montant métallique en déverrouillant la roulette noire de fixation
Pivoter le montant et donc la pince (noire et rouge) face à vous

2. Insérer, fixer et régler les roues (à deux personnes)
   Insérer l'essieu de la roue de vélo dans la pince ouverte, poser le sur le caoutchouc de manière à ce que les roues soient bien verticales



   Fermer la pince (en abaissant la manette noire avec beaucoup de poigne).
   Régler la roue avant pour qu'elle reste fixe et droite puis serrer le boulon au centre de la roue à l'aide d'une pince.
   Régler le frein de la roue de manière à ce que les cases s'arrêtent en face des trous (remettre droite la languette métallique de temps en temps)



3. Placer l'affiche A1 à côté de la roue afin que l'animateur puisse facilement l'utiliser

5. DEMONTAGE ET RANGEMENT DU MODULE

4. Enlever la roue
   Fixer le mousse protecteur sur la roue avant à l'aide de papier collant.
   Pendant qu'une personne tient les roues, une autre desserre la pince.
   Déposer les roues à plat, en évitant de les griffer

5. Démonter le pied
   Desserrer le montant portant la pince, le faire pivoter dans l'axe du pied (pour faciliter le rangement) et l'abaisser jusqu'au caoutchouc du frein
   Desserrer les boulons fixant les deux pieds gris, enlever les pieds et refixer les boulons dans le pied principal (Attention à ne pas perdre les boulons de fixation)

6. Remettre les outils dans la boite à outils afin que les utilisateurs suivant les trouvent ☺

6. ANIMATION DU MODULE

<u>**Le message**</u>

Malgré des engagements formels, aucune des 55 marques d'habillement analysées, du discounter à la marque de luxe, ne garantit dans les faits un salaire vital aux travailleurs de ses filières d'approvisionnement !

Pourtant des initiatives sont dignes d'intérêt, souvent développées en collaboration avec des initiatives multipartites telles que la Fair Wear Foundation ou Ethical Trading Initiative. Côté belge, où l'habillement est essentiellement affaire de PME, il reste beaucoup à faire même si Mayerline ouvre le chemin.

L'analyse et les profils montrent que même de petites entreprises, minoritaires au sein des usines de leurs fournisseurs peuvent mener des actions concrètes pour des augmentations significatives de salaire.

Or il y a urgence !
Dans les usines, les travailleuses se mobilisent pour des augmentations significatives de salaire. Il faut sortir d'un système d'exploitation des travailleurs les plus faibles en leur payant enfin un salaire qui leur permet de vivre. Sous la pression des travailleurs et des consommateurs, certaines entreprises commencent à bouger. Il faut qu'elles s'investissent encore davantage. Nous aussi !

<u>**L'animation**</u>

Un animateur invite les passants à jouer à « Win for life» avec le message d'accroche :

- « *Zara, H&M, Cassis, mais quel est le prix réel de vos t-shirts, mesdames et messieurs ? Venez tourner la roue Win for life, la roue des salaires, la roue des grosses fortunes et découvrez l'envers du décor, les zones d'ombres de vos marques. Du luxe au discount, des marques de sport au marque de mode, venez comprendre comment nos vêtements sont fabriqués ». Mesdames et Messieurs, à vous de jouer ! »*
- Pardon ?
- *« Tournez la roue mademoiselle et découvrez par vous-même ! »*

Le passant fait tourner la roue intérieure, celle sur laquelle les informations sont notées.
Deux entrées vont se dévoiler lorsque la roue s'arrêtera : le logo d'une enseigne sur le fond de couleur qui lui a été attribué par l'enquête + une information factuelle représentée sous forme de schéma ou de photo.

- *« Carrefour sur fond noir ! Qu'est-ce que cela signifie ? »*

Avant d'entrer dans les questions, l'animateur explique à quoi correspond chaque couleur et comment elles ont été attribuées lors de l'enquête d'achACT. Une affiche au format A1 présentant les couleurs des marques et leur signification est visible à côté de la roue.

- *« Noir ! Carrefour ne s'est quasiment pas engagé en faveur d'un salaire vital. C'est la moins bonne note octroyée par l'enquête d'achACT !*





Après avoir fourni cette information, l'animateur/trice sort la **question associée** à la marque et à l'image correspondante, inscrites sur les cartes de jeu qu'il ou elle tient en main.

-« *Selon vous, la gamme vêtement de Carrefour, c'est : Marginal – Naze – le lieu où j'achète mes vêtements ? »*

- Heu, c'est naze ?

-« *Peut-être, mais c'est surtout l'un des plus gros vendeurs de vêtement européen et le 2e grand distributeur mondial. Un gros machin quoi ! Par contre, c'est un rang que la marque n'assume pas du tout en matière de Salaire Vital ! En outre, la marque refuse d'indemniser les victimes du Rana Plaza, alors qu'on a trouvé ses étiquettes dans les décombres… Un comble quoi !* »
- Ouf ! je ne savais pas !
-« *Et quelle est l'image qu'on a associé à Carrefour ?* »
- Une prison ?
- « *Qui est derrière les barreaux selon vous : tante Annette, le boss de carrefour ou le leader syndical ?* »
- *….*
- « *Bravo ! Vous avez gagné à Win for Life et vous recevez votre prix (le dépliant). Qui vous donne de l'information sur les 55 marques, les salaires en Asie et la décomposition du prix d'un t-shirt. Mobilisez vous pour un salaire vital ! Signez l'appel, informez-vous* »

L'animateur/trice remet enfin le dépliant, aux participants et les invite à :

- s'informer plus via le dépliant, en téléchargeant l'Application « Fair Fashion » ou via le site achACT.be pour télécharger la brochure
- agir => signature de l'Appel sur le dépliant

Pendant que l'animateur/trice fait le show, plusieurs autres personnes distribuent le dépliant aux spectateurs, donnent de l'information sur l'enquête et achACT et font signer l'Appel.

Les informations à mettre en valeur dans le dépliant

- **Aucune marque n'est verte (score de minimum 20 / 40)**. Les meilleures marques sont Inditex, M&S et Switcher (très peu).
- **La pression citoyenne fonctionne** puisque des grosses marques comme Zara et h&M s'engagent plus que d'autres. Par peur de se faire écorcher leur image de marque par les mouvements citoyens et de travailleurs qui les prennent souvent pour cible, ces grandes marques s'engagent doucement vers le salaire vital. Se mobiliser fonctionne donc ! Il ne faut pas s'arrêter en si bon chemin !
- Primark = pas cher. Hugo Boss = très cher. Or, c'est le discounter qui se mobilise le plus. **Payer pas cher n'est donc pas forcément pourri**
- Attention : Hugo Boss et Cassis font **produire en Europe. Ce qui est presque pire qu'en Asie** ! Les travailleuses de l'habillement de Bulgarie (ou Roumanie, et Slovaquie) ont un pouvoir d'achat plus bas que celui du Bangladesh alors que c'est un pays de l'Union Européenne.
- Le salaire d'une travailleuse ne correspond qu'à 0.18 centimes dans le prix total d'un t-shirt de 29 euro. Il ne faudrait **que 0.54 euro en plus pour qu'elle puisse vivre de son salaire**. Les marques elles, se font 3.61 euro par t-shirt de pur bénéfice ! Si on enlevait ces 0.54 centimes au bénéfice, la marque continuera toujours à se faire une marge bénéficiaire importante.
- **Devenez achACTeurs** ! Dans un cas sur deux, les actions d'achACT aboutissent à un résultat concret. Signez, informez vous, téléchargez l'app….

ANNEXE : liste du matériel

Liste du matériel	Données technique		remarque
	quantité	Taille	
Module vitrine			
2 Roues montées sur roue de vélo	1	1m de diamètre	
Pied en « T » avec pince	1	1,5m de long	
Barres grises du pied	2	50 cm	
Affiche présentant le scoring	1	A1	
Boite à outils	1		

Petit matériel boite à outils			
Clé allen	2		
Série de 12 cartes questions	2		
Mode d'emploi du pied	1		
Boite vis 6x20	1		
Boite Vis tête 6X50	1		
Boite vis à métaux 3x10	1		
boulon	1		
Chambre à air à découper	1		
Clé anglaise	2		
Tournevis en croix	1		
Papier collant	1		

Consommable pour l'animation			
dépliants		A6	